

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA PT AVRIST ASSURANCE DIVISI SALES ADVISOR

**NURUL IHSANI
8223145299**



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

INTERNSHIP REPORT SALES ADVISOR DIVISION AT PT AVRIST ASSURANCE

**NURUL IHSANI
8223145299**



**This internship report arranged to meet one of the requirements to get the
title of the Ahli Madya at the Faculty of Economics State University of
Jakarta**

**MARKETING MANAGEMENT DIPLOMA
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016**

RINGKASAN EKSEKUTIF

Nurul Ihsani. 2014. 8223145299. Laporan Praktik kerja Lapangan Sales Advisor di PT Avrist Assurance. Program studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini disusun sesuai dengan pengalaman yang telah praktikan dapatkan selama mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Avrist Assurance yang beralamatkan di mall Ambassador unit 6 JL. Prof. Dr. Satrio, Jakarta Selatan. Selama 2 bulan terhitung tanggal 20 Juni 2016 sampai tanggal 19 Agustus 2016. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini disusun untuk memenuhi tugas yang diberikan oleh prodi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (Amd).

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini bertujuan untuk mengenalkan mahasiswa pada dunia kerja yang sebenarnya serta membiasakan praktikan dalam mengerjakan tugas di PT Avrist Assurance. praktikan bekerja pada bagian Sales Advisor yang bertugas untuk melakukan mekanisme pemasaran dengan cara potential prospect hingga after sales dengan menggunakan strategi pemasaran yang dimiliki oleh sales Advisor.

Kata Kunci : Mekanisme pemasaran, strategi pemasaran

EXECUTIVE SUMMARY

Nurul Ihsani. 2014. 8223145299. Reports Of Internship at PT Avrisc Assurance.
*DIII Study Program in Marketing Management. Department Management of
Faculty of Economics State University of Jakarta*

This field practice report is set based on the experience that practitioner got during attending the field practice activity at Ambassador mall unit 6 Prof. Dr. Satrio street west jakarta, for two months and started since 20 June 2016 until 20 August. Field Work Practice report was written to fulfill one of the requirements to get degree Associate Expert at the Faculty of Economics , State University of Jakarta.

The goal of this field practice report is to introduce the students to the actual global working as well as to accustom practitioner on doing his task. Practitioner praktikan work on the Sales Advisor in charge to conduct marketing mechanism by way of a potential prospect till after sales using marketing strategies that are owned by a sales advisor.

Keywords : Mechanism marketing, marketing strategy

LEMBAR PENGESAHAN

Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198503 2002

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198503 2002

05/01/2017

Penguji Ahli

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 196330119 99203 2001

05/01/2017

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 196206231 99003 2001

09/01/2017

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pratikan panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia kepada pratikan sehingga dapat menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Avrisc Assurance untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama penyusunan laporan ini, Praktikan menemui beberapa hambatan, namun berkat doa, usaha dan bantuan dari dosen pembimbing, orang tua, rekan-rekan seangkatan dan pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian laporan ini akhirnya Praktikan mampu menyelesaikan laporan ini.

Tidak lupa juga Praktikan menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan motivasi, semangat serta doa dalam penyusunan laporan PKL ini, antara lain:

1. Dra. Sholikhah, MM. Selaku Dosen Pembimbing Laporan Praktik Kerja Lapangan.
2. Dr. Dedi Purwan E.S., M.Bus. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Bu Aprilia Wijaya, selaku kepala cabang PT Avrist Assurance Mall Ambassador.
5. Bapak Gema, selaku pembimbing pratikan selama menjalankan PKL.
6. Para staff Sales Advisor PT Avrist Assurance, yang telah membantu pratikan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
7. Bapak Saifudin dan Ibu Khusnul Khotimah, selaku orang tua Pratikan yang selalu membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan moril maupun materil.
8. Febri Wianata Alamsyah, sebagai sahabat Pratikan yang telah membantu pratikan.
9. Terimakasih kepada teman-teman Pratikan (Martha, Fitri, Septi, Arum, Sharon, Putri dan Ari), yang sudah membantu Pratikan dan memberikan saran kepada pratikan dalam menyelesaikan Laporan Pratik Kerja Lapangan.

Jakarta, Desember 2016

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
EXECUTIVE SUMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	8
C. Manfaat PKL.....	9
D. Tempat Pelaksanaan PKL	10
E. Waktu dan Pelaksanaan PKL	11
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	
A. Sejarah Perusahaan.....	14
B. Struktur organisasi	25
C. Kegiatan Perusahaan	32
BAB III PELAKSNAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Kerja	45
B. Pelaksanaan kerja	48
C. Kendala yang Dihadapi	56
D. Cara Mengatasi Kendala	57

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	hal
Gambar II.1	Logo PT Avrist Assurance	22
Gambar II.2	Struktur Organisasi Cabang PT AVRIST Ambassador	26
Gambar III.1	Siklus Penjualan	45
Gambar III.2	Pelaksanaan kerja	48

DAFTAR TABEL

no	judul	hal
Tabel II.1	Tabel harga produk Term 10.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan PKL
Lampiran 2	Surat Pernyataan PKL
Lampiran 3	Daftar Hadir PKL
Lampiran 4	Daftar Nilai PKL
Lampiran 5	Surat Penyelesaian PKL
Lampiran 6	daftar kegiatan PKL

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia pastinya memiliki rutinitas masing-masing dalam menopang kehidupannya menuju kehidupan yang lebih baik. Rutinitas setiap manusia sangatlah berbeda-beda, terlebih bila kita kelompokkan sesuai dengan usia, dan lingkungan hidupnya. Seseorang yang masih muda tentu memiliki rutinitas yang berbeda dengan seseorang yang telah dewasa atau telah berkeluarga, dan seseorang yang tinggal dipesisir tentu sangat berbeda rutinitasnya dengan seseorang yang tinggal di pedesaan. Kendati demikian segala rutinitas yang dilakukan ini pastinya memiliki konsekuensi, konsekuensi yang dimaksud disini adalah sebuah *risk* atau resiko.

Cukup beragam untuk setiap orangnya dalam memberi respon terhadap resiko yang mungkin terjadi. Beberapa orang mungkin tidak menghiraukan segala resiko yang terjadi, dan beberapa orang lagi mungkin dapat menghadapi dan berani mengambil resiko tersebut, dan beberapa orang lainnya terkadang lebih suka menghindari resiko. Resiko memang sudah menjadi bayang-bayang dalam segala rutinitas manusia, terdapat resiko yang dapat diukur, dan ada juga resiko yang tidak dapat diukur bisa kita contohkan seperti kehidupan seseorang, kematian seseorang, musibah, dan juga rejeki. Dalam kaitannya dengan hal ini, pada tahun-tahun dewasa

ini telah muncul beberapa perusahaan yang hadir atas respon untuk menanggulangi segala bentuk resiko dalam kehidupan manusia. Perusahaan ini berusaha mengalihkan dan berusaha mempertanggung jawabkan segala resiko yang di terima oleh seorang manusia. Jenis perusahaan seperti ini dikenal dengan “Perusahaan Asuransi”.

Pengertian Asuransi bila di tinjau dari segi hukum merupakan perjanjian antara 2 (dua) pihak atau lebih dimana pihak tertanggung mengikat diri kepada penanggung, dengan menerima premi-premi asuransi untuk memberi penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan, keuntungan yang di harapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan di derita tertanggung karena suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberi pembayaran atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan.

Dalam asuransi konvensional, perusahaan asuransi disebut Penanggung, sedangkan orang yang membeli produk asuransi disebut tertanggung atau pemegang polis, tertanggung membayar sejumlah uang yang disebut premi untuk membeli produk yang disediakan oleh perusahaan asuransi. Premi asuransi yang dibayarkan oleh tertanggung menjadi pendapatan perusahaan Asuransi, dengan kata lain terjadi perpindahan kepemilikan dana premi dari tertanggung kepada perusahaan asuransi. Bila tertanggung mengalami risiko sesuai dengan yang tertuang dalam kontrak asuransi, maka perusahaan asuransi harus membayar

sejumlah dana yang disebut uang pertanggungan kepada tertanggung atau yang berhak menerimanya. Sebaliknya bila sampai akhir masa kontrak tertanggung tidak mengalami risiko yang diperjanjikan maka kontrak asuransi berakhir maka semua hak dan kewajiban kedua belah pihak berakhir. Dari proses diatas dapat disimpulkan bahwa terjadi perpindahan risiko financial yang dalam istilah asuransi disebut dengan *transfer of risk* dari tertanggung kepada penanggung.

PT Avrist Assurance adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi yang memiliki pengalaman lebih dari 40 tahun di dunia asuransi dan terpercaya melayani nasabah dengan maksimal. Pengalaman dan pelayanan yang telah diakui oleh masyarakat inilah yang menjadi salah satu alasan bagi Praktikan memilih PT Avrist Assurance sebagai tempat PKL. Selain itu Praktikan juga telah mengenal PT Avrist Assurance dari seminar yang telah dihadiri oleh praktikan.

PT Arvist Assurance memiliki produk *Term 10* yang berbeda dengan produk unit link lainnya yang dimiliki pihak asuransi lainnya. *Term 10* merupakan produk kesehatan yang terdapat di PT Avrist Assurance, dimana nasabah yang membeli produk term 10 maka akan dijamin kesehatan dan keselamatannya selama 65 tahun dengan pertimbangan tahun polis yang dimiliki oleh nasabah tersebut. Jika nasabah tersebut dalam jangka waktu yang di tetapkan masih dalam keadaan sehat maka uang yang sudah dibayarkan oleh nasabah akan dikembalikan 100% sesuai dengan perjanjian yang telah dilakukan. Pada produk *Term 10* nasabah

dapat membayarkan sejumlah uang premi kepada agent (*sales advisor*) dalam jangka waktu perbulan, *triwulan*, perenambulan maupun dalam jangka setahun. Jika nasabah sudah memberikan uang premi maka nasabah akan mendapatkan bukti kepemilikan jaminan kesehatan dalam bentuk buku polis. Produk *Term 10* adalah produk yang mudah dijangkau oleh nasabah dikarenakan harga premi yang murah berdasarkan umur si tertanggung, semakin tua umur tertanggung maka akan semakin mahal pula biaya yang dikeluarkan untuk membayar premi. Mengapa umur semakin tua semakin mahal dalam membayar premi? Karena semakin tua usia manusia maka akan lebih besar resiko yang akan didapatkan oleh seorang tertanggung tersebut maka dari itu perusahaan asuransi akan meningkatkan harga premi kepada orang yang memiliki usia lanjut.

Peran *agent* (*sales advisor*) sangatlah penting karena *agent* yang telah menawarkan sebuah produk kepercayaan kepada nasabahnya untuk melayani sepenuh hati. Proses dalam menawarkan produk ini sangat membutuhkan *softskill* terutama dalam bercakap-cakap dan menarik minat seseorang. Dalam melihat hal ini praktikan melihat kondisi yang sekiranya menguntungkan bagi praktikan, yaitu melatih *softskill* pribadi, dan akhirnya membuat praktikan berminat untuk ikut bergabung menjadi *Agent* karena selain untuk mengasah *softskill*, menurut praktikan juga sekiranya sangat perlu terjun kelapangan untuk melihat dan merasakan sendiri bagaimana kondisi dilapangan, hal ini dilakukan oleh praktikan

agar praktikan dapat mengetahui dan dapat menambah pengetahuan praktikan tentang kebutuhan dan keinginan masyarakat secara umum.

Bagi seorang *Agent*, dalam mendapatkan kepercayaan dari seorang nasabah tidaklah mudah, hal ini membutuhkan proses yang sangat panjang untuk mendapatkan sebuah kepercayaan tersebut. Pertama *agent* harus mencari *customer potential* yang akan menjadi calon nasabahnya tersebut dengan cara melihat dari segi kebutuhan akan asuransi atau investasi lalu melihat seberapa penting asuransi untuk customernya tersebut kemudian *customer* memiliki kemampuan membayar berapa sehingga agent dapat menentukan produk apa yang akan ditawarkan lalu apakah jarak customer terjangkau atau tidak. Setelah menentukan customer maka langkah selanjutnya *agent* menelpon *customer* untuk bertemu secara tatap muka, dalam percakapan saat menghubungi agent tidak mengucapkan produk atau perusahaan asuransi. Setelah bertemu agent mencari tahu kebutuhan dari customernya tersebut, setelah mengetahui kebutuhan maka agent akan melakukan transaksi dengan metode 3G (Gali, Ganggu, Gambarkan).

Gali, seorang agent menggali terkait kebutuhan *customernya* tersebut tentang seberapa kemampuan customer untuk membeli prooduk yang di tawarkan oleh agent lalu ganggu, setelah menggali kebutuhan agent mulai mengganggu emosi customer akan resiko kehidupan dan masa depan yang tidak ada satu orang pun yang mengetahui akan resiko kehidupan tersebut kemudian mulai menggambarkan solusi akan kebutuhan yang *cutomer* tersebut, berikan jalan keluar dan tawarkan

produk sesuai kebutuhan *customer* tersebut. Pada masa transaksi tersebut jika *customer* telah menyetujui untuk membeli produk yang ditawarkan oleh agent jangan tunda untuk segera melakukan registrasi sehingga *customer* tidak berubah pikiran.

Setelah *customer* telah menyetujui untuk membeli produk yang ditawarkan maka agent harus memegang amanah untuk selalu melayani kebutuhan *customernya* tersebut. Berikan pelayanan semaksimal mungkin sehingga *customer* puas, jika puas maka dia akan merekomendasikan agent tersebut kepada teman, saudara, rekan kerja dan sebagainya sebagai bentuk bahwa dia puas akan pelayanan yang agent berikan.

Oleh karena itu praktikan memilih tempat untuk mencari pengalaman dan penambahan ilmu guna mempersiapkan diri dalam dunia kerja pada PT Avrist Assurance dikarenakan praktikan ingin melihat dan mempelajari bagaimana bisnis pada dunia asuransi dan bagaimana cara membuat strategi marketing untuk mencari *customer* yang memiliki kesempatan atau peluang yang tinggi untuk menjadi calon nasabah dari praktikan.

Untuk mencapai itu semua, maka diperlukan suatu program pendidikan serta pelatihan secara berkisinambungan, dengan cara melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) diharapkan mahasiswa mampu menghadapi dunia kerja yang selalu berubah. Ilmu yang didapatkan oleh mahasiswa tidak hanya di dalam perguruan tinggi namun

mahasiswa juga mendapatkan ilmu dari tempat dimana mahasiswa melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Oleh karena itu masalah ini sejalan dengan visi dan misi dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yaitu menghasilkan mahasiswa/mahasiswi bukan hanya berkualitas dan berwawasan luas tetapi memiliki pengalaman atau gambaran di dunia kerja, oleh karena itu program studi D3 Manajemen Pemasaran di Fakultas Negeri Jakarta mewajibkan bagi mahasiswa dan mahasiswinya untuk mengikuti Pratik Kerja Lapangan (PKL), yang dimana Pratik Kerja Lapangan (PKL) termasuk dalam salah satu mata kuliah wajib di D3 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan ini juga sejalan dengan visi dan misi dari progam studi D3 di Universitas Negeri Jakarta yaitu menghasilkan mahasiswa/mahasiswi yang akan siap berkerja di dunia kerja selain ini juga memiliki skill yang memadai sehingga mampu bersaing dengan kualitas SDM yang ada pada saat ini.

Dengan adanya visi dan misi program studi D3 di Universitas Negeri Jakarta yang berbunyi “menjadi salah satu program studi terbaik di Universitas Negeri Jakarta yang dapat menghasilkan tenaga manajerial tingkat madya di bidang pemasaran yang profesional dan terampil sesuai dengan kebutuhan dunia usaha dan industri yang mampu bersaing di era globalisasi dengan berasaskan Pancasila”. Maka mata kuliah Pratik Kerja Lapangan adalah salah satu mata kuliah wajib yang harus dilakukan oleh

mahasiswa/mahasiswi program studi D3 dan termasuk syarat untuk lulus yang diberikan pihak universitas kepada anak didik sehingga mendapatkan pengalaman lebih akan dunia kerja dan bisa mengaplikasikan ilmu yang mereka peroleh di bangku kuliah ke dunia kerja. Selain itu agar mahasiswa dapat mengenal, mengetahui, dan berlatih menganalisis kondisi lingkungan dunia kerja yang ada sebagai upaya untuk mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kerja yang sebenarnya. Selain itu mahasiswa akan mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh perusahaan di bidang yang mahasiswa pilih atau alami selama di universitas dan dengan adanya Pratik Kerja Lapangan (PKL) akan membangun jalinan atau hubungan antara universitas dengan perusahaan industri.

1. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Adapun maksud dan tujuan dari Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan oleh praktikan adalah:

1. Maksud Praktik Kerja Lapangan (PKL)

- a. Menerapkan ilmu yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan
- b. Menjadi salah satu syarat kelulusan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan
- c. Mendapatkan pengetahuan dan pengalaman sebelum memasuki dunia kerja

2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

- a. Untuk mengetahui mekanisme pemasaran di PT *Avrist Assurance*
- b. mengetahui strategi bauran pemasaran pada PT *Avrist Assurance*
- c. memperoleh pengalaman kerja pada PT *Avrist Assurance*

2. Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Selama Praktik Kerja Lapangan, di harapkan praktikan dapat memberikan manfaat bagi pihak - pihak yang bersangkutan, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya praktikan yang melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) diharapkan mampu untuk membantu menyelesaikan tugas yang akan di berikan oleh perusahaan. Seperti :

- a. Membantu kegiatan operasional perusahaan sehingga dapat mempercepat tugas - tugas perusahaan
- b. Memperoleh masukan untuk mengetahui kinerja praktikan

2. Bagi Mahasiswa

- a. Melatih keterampilan mahasiswa khususnya program studi DIII Manajemen Pemasaran sesuai pengetahuannya yang telah di peroleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

b. Mengetahui dunia kerja yang sebenarnya

c. Belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja pada unit - unit kerja dalam ruang lingkup perusahaan.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- Mengetahi sejauh mana efektifitas tenaga pengajar dan kurikulum (materi pengajaran, metode pengajaran, dan media pengajaran)yang di terapkan di dalam perkuliahan dengan perkembangan yang terjadi di dalam dunia kerja.
- mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai kebutuhan pasar

c. Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Nama Perusahaan : PT. *Avrist Assurance*

Alamat : Mall Ambassador unit 6. Jl Prof. Dr. Satrio, Jakarta Selatan

Telepon : + 62 21 576 3440

Fax : + 62 21 576 3441

Website : <http://www.avrist.com/avrist-life/about/>

Alasan Memilih PT. *Avrist Assurance*

Karena PT. *Avrist Assurance* dipilih oleh praktikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan karena PT. *Avrist Assurance* sudah berdiri sejak 40 tahun dan lebih banyak memiliki pengalaman yang bisa dipelajari di dalam bidang asuransi dan memiliki

produk unit link yang relative berbeda dengan produk unit link yang ada pada perusahaan asuransi lainnya

d. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama 2(dua) bulan terhitung mulai tanggal 15 Juni 2016 sampai 19 Agustus 2016. Adapun waktu pelaksanaan praktik kerja lapangan di PT. *Arvist Assurance*, yaitu:

Kerja di dalam kantor

Hari : Senin-Kamis

Jam Kerja : 09.00-15.00 WIB

Jam Istirahat : 12.00-13.00WIB

Evaluasi mingguan

Hari : Jum'at

Jam Kerja : 09.00-15.00 WIB

Jam Istirahat : 12.00-13.00 WIB

Jam kerja pada selama bulan Ramadhan yaitu:

Kerja di dalam kantor

Hari : Senin-Kamis

Jam Kerja : 09.00-15.00 WIB

Jam Istirahat : 12.00-13.00WIB

Evaluasi mingguan

Hari : Jum'at

Jam Kerja : 09.00-15.00 WIB

Jam Istirahat : 12.00-13.00 WIB

Sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Avrist Assurance, ada beberapa tahap yang harus dilakukan terlebih dahulu, yaitu:

1. Tahap Awal (persiapan)

Pada tahap ini praktikan yang akan melakukan kegiatan PKL meminta surat permohonan untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan ke bagian akademik yang berada di gedung R (Gedung Fakultas Ekonomi UNJ), kemudian surat permohonan tersebut diberikan kepada Ketua Jurusan atau Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran untuk disetujui dan ditandatangani. Setelah Ketua Program Studi menyetujuinya lalu surat tersebut diserahkan ke kantor Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK) yang nanti akan diproses sesuai dengan permintaan yang tercantum dalam surat permohonan tersebut. Setelah kurang lebih 2(dua) hari pemrosesan permohonan surat permohonan yang sudah dipilih oleh pratikan pilih, maka surat tersebut akan disampaikan kepada perusahaan yang dipilih oleh pratikan. Lalu menunggu konfirmasi dari perusahaan kapan bisa memulai kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pratikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama 2(dua) bulan, terhitung mulai tanggal 20 Juni 2016 sampai tanggal 19 Agustus 2016, dengan pelaksanaan kerja mulai hari Senin sampai Jum'at, pukul 09.00-15.00 WIB dan bertempat di PT. *Avrist Assurance*

3. Tahap Pelaporan

Setelah pratikan menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan yang berlangsung selama

2(dua) bulan, maka pratikan wajib membuat Laporan PKL

BAB II

TINAUAN UMUM PT AVRIST ASSURANCE

A. Sejarah Perusahaan

PT Avrist Assurance berdiri pada tahun 1975 yang pada awalnya bernama PT Asuransi Jiwa Ikrar Abadi (AJIA). PT AJIA didirikan oleh Hary Diah pada tahun 1975 dan diresmikan pada bulan November 1975. AJIA merupakan PT asuransi kedua setelah asuransi bumi putra yang didirikan pada masa penjajahan belanda.

Kemudian PT AJIA yang didirikan oleh Hary Diah melakukan kerja sama dengan *American International Assurance.Co.Ltd.* yang didirikan pada tahun 1984 dan merupakan salah satu *fendor* pendirian perusahaan dengan sistem kerjasama bertaraf multinasional pertama kali di indonesia. Lalu perusahaan ini pun merubah namanya menjadi (AIA).

Pada tahun 1993 AIA Indonesia membuka departemen credit life dengan produk kpr, kredit kendaraan,dan kta untuk menjamin semua uang pinjaman nasabah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah atau dengan kata lain menjamin masa dengan kreditur bila terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan di masa dengan yang akan datang. Pada tahun 1995 kantor pusat AIA dipindahkan menjadi ke Gedung Bank Panin

Kemudian AIA melakukan inovasi dengan meluncurkan produk baru yaitu produk unit link yang diberinama dengan *AIA Invest* pada tahun 2000.

AIA Invest menggunakan sistem perhitungan biaya dengan sistem *Back End loading* (BEL) sehingga uang nasabah yang masuk untuk pada saat pertama melakukan transaksi investasi tidak akan terpotong biaya administrasi apapun dengan kata lain pada saat nasabah melakukan investasi maka uang investasi yang ditaruh pada pasar saham sebesar 100% masuk kedalam investasi nasabah dan dikenakan biaya pemeliharaan hanya 5% sedangkan produk asuransi dari perusahaan lain yang memiliki produk unitlink menggunakan sistem administrasi *Front End Loading* (FEL) yaitu uang nasabah untuk investasi pada tahap pertama kali melakukan transaksi investasi akan dikenakan biaya 100% dan uang tidak masuk ke investasi nasabah dan dengan biaya pemeliharaan 2%. Sehingga dengan produk *AIA Invest*, AIA Indonesia meraih penghargaan “*Investor Awards*” sebagai perusahaan asuransi jiwa terbaik dengan katagori aset lebih 1 triliun pada tahun 2003.

PT AIA Indonesia selalu melakukan inovasi untuk terus bertahan dalam bisnis asuransi dengan mengeluarkan produk *Bancassurance* yaitu layanan Bank dalam menyediakan produk asuransi yang memberi perlindungan dan produk investasi untuk memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang nasabah. *Bancassurance* menawarkan produk dan layanan yang dikemas khusus oleh bank-bank bersekala lokal dan

interasional dengan melakukan kerjasama dengan Bank Mandiri, Bank Panin dan Bank BCA sehingga PT AIA Indonesia mendapatkan penghargaan dengan kategori “Perusahaan Asuransi Terbaik Tahun 2014” yang diselenggarakan oleh Bisnis Indonesia.

Pada tahun 2005 PT AIA Indonesia mendapatkan lisensi Menteri Keuangan Indonesia untuk menjalankan suatu produk berbasis syariah atau takaful. Kemudian PT AIA Indonesia mengeluarkan produk *Asya Link*, yaitu produk investasi plus proteksi yang untuk menjadi kehidupan nasabah beserta keluarga dengan sistem dan prinsip-prinsip syariah, keunggulan dari asuransi Asya Link dibandingkan yang lain adalah 100% uang akan masuk kedalam investasi nasabah dan jumlah investasi bisa dipantau setiap hari sesuai keinginan nasabah dan memiliki tiga jenis dana investasi yaitu:

➤ **Asya Equity (IDR):**

Dana investasi ini dikelola dengan menggunakan prinsip syariah dan diarahkan pada pencapaian hasil investasi yang lebih tinggi dengan tingkat risiko relatif tinggi dalam jangka panjang melalui investasi terutama pada saham syariah yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (biaya per tahun 2,00% atas dana yang dikelola)

➤ Asya Balanced (IDR):

Dana investasi ini dikelola dengan menggunakan prinsip syariah dan diarahkan pada pencapaian hasil investasi yang tinggi dengan tingkat risiko wajar dalam jangka

menengah dan panjang melalui investasi terutama pada instrumen keuangan syariah seperti deposito syariah, obligasi syariah (sukuk), saham syariah atau reksadana

syariah (biaya per tahun 2,00% atas dana yang dikelola)

➤ Avrist Asya Cash (IDR):

Dana investasi ini dikelola dengan menggunakan prinsip syariah dan diarahkan pada pencapaian hasil investasi yang relatif stabil dengan tingkat risiko rendah dalam jangka pendek sampai menengah melalui investasi terutama pada instrumen pasar uang syariah seperti deposito syariah, obligasi syariah (sukuk) yang jatuh temponya kurang dari setahun dan instrumen pasar uang syariah lainnya (biaya per tahun sebesar 0,50% atas dana yang dikelola)

Dengan adanya produk peluncuran berbasis Syariah tersebut nasabah dapat bebas memilih produk apa yang akan dibeli. Bukan berarti produk berbasis syariah ini jarang ada peminatnya, produk ini pun banyak peminatnya dengan dilihat penduduk Indonesia yang mayoritas muslim produk berbasis syariah pun menjadi salah satu pilihan masyarakat Indonesia dan terbukti dengan produk ini meraih penghargaan “20

syariah terbaik 2006” oleh majalah *investor* dan “Best syariah 2006” dengan katagori cabang Asuransi Jiwa Syariah terbaik 2006 yang diselenggarakan oleh majalah investor

“*innovate or die*” merupakan salah satu ungkapan yang pantas untuk PT AIA Indonesia karena PT AIA Indonesia kembali mengeluarkan produk baru yaitu dengan menjadi perusahaan asuransi jiwa pertama yang mewajibkan tenaga penjualnya untuk menerapkan metode penjualan berbasis kebutuhan. Melalui AIA *Financial Health Check*, dengan kata lain metode ini tidak mengharuskan agen asuransi AIA langsung menawarkan produk tetapi agen harus terlebih dahulu mencari tahu terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan calon nasabah setelah, itu agen harus mencari solusi dari kebutuhan calon nasabah tersebut setelah itu menawarkan produk yang dimiliki oleh AIA, cara ini dilakukan untuk menghindari ketidak tatarikan calon nasabah pada agen asuransi karena pada umumnya bila produk yang ditawarkan agen tidak pas dengan kebutuhan calon nasabah maka hal yang akan terjadi adalah penolakan.

Tahun selanjutnya yaitu 2007 AIA Indonesia memecahkan rekor Museum Rekor Indonesia (MURI), yang serupa dengan *Guinness Book of Records*, untuk inisiatifnya membungkus gedung kantor pusatnya dengan spanduk raksasa sebagai bagian dari kampanye AIA *Financial Health Check*. AIA Indonesia memperkenalkan AIA Peduli sebagai identitas CSR perusahaan. Dengan kegigihan dan selalu berinovasi AIA

banyak mendapatkan penghargaan yaitu pada tahun 2008 AIA Indonesia menjadi salah-satu nominator peraih penghargaan CSR dalam “11th *Asia Insurance Industry Awards*” yang diselenggarakan *Asia Insurance Review* dan juga pada tahun tersebut AIA Indonesia meraih penghargaan terbanyak pada acara “Top Agent Awards 2008” yang diselenggarakan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dan meresmikan kantor cabang di Jakarta.

Pada tahun 2009 AIA Indonesia berhasil terpilih sebagai “Perusahaan Asuransi Jiwa Terbaik di Indonesia” dalam *Euromoney’s Insurance Survey* 2009, serta meraih penghargaan sebagai subkategori penyelesaian klaim, inovasi produk, serta ragam dan harga produk. AIA Indonesia berinisiatif dan melakukan inovasi dengan cara membuka layanan telemarketing untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya melalui kanal Bancassurance. AIA Indonesia meluncurkan Asyafa, produk group syariah pertamanya, Asyafa yaitu proteksi terhadap Kecelakaan atau penyakit dapat menimpa karyawan Anda, kapan saja, di mana saja. Dan ketika hal tersebut terjadi, biaya perawatan di rumah sakit tentu sangatlah tinggi, bahkan mungkin di luar kemampuan keuangan karyawan Anda. Avrist Asyafa Solution paket program asuransi terpadu yang sesuai dengan prinsip dan aturan syariah.

Pada tahun yang sama yaitu tahun 2009 *American International Assurance* (AIA) menjual sahamnya ke pada Harry Harman Diah dan

mengganti namanya menjadi PT *Avrist Assurance* dan menjadi perusahaan mandiri tidak lagi perusahaan patungan, dengan dukungan lebih dari satu juta nasabah, jaringan distribusi yang luas dan reputasi sebagai salah- satu pemimpin di pasar asuransi indonesia selain mengganti nama, untuk memajukan perusahaan akibat pergantian nama tersebut maka PT *Avrist Assurance* juga menjalankan program selanjutnya yaitu, menjalin kemitraan *joint-venture* dengan DEG (*Deutsche Investitions-und Entwicklungs Gesellschaft*), salah-satu perusahaan yang terafiliasi dengan KFW Bankengruppe, yaitu institusi keuangan terbesar di Eropa yang mendanai berbagai perusahaan dan proyek-proyek berjangka panjang.

PT *Avrist Assurance* merayakan ulang tahunnya ke 35 pada tahun 2010 dan sekaligus mengumumkan penandatanganan *Memorandum of Understanding*(MoU) yang bertujuan untuk membangun kemitraan strategis eksklusif dengan Muslimat Nadhlatul Ulama (NU). Dengan adanya kesepakatan tersebut yang dirancang oleh PT *Arvist Assurance* guna meningkatkan kualitas maka PT *Avrist* dianugrahi "*Best Service Insurance (Broker's Choice)*" dari *Investor Awards* 2010. Pada tanggal 10 November tahun 2010 *vrist* secara resmi menjalin kemitraan dengan *Meiji Yasuda Life (Meiji Yasuda Life Insurance Company)*, salah satu pemimpin pasar asuransi jiwa di Jepang dengan pengalaman lebih dari 120 tahun.

Pada tahun 2011 PT *Avrist Assurance* menjadi peringkat terbaik ke-2 Perusahaan Asuransi Jiwa pada *Association for Behavior Analysis Internasional (ABAI) Awards* dan PT *Avrist Assurance* adalah perusahaan asuransi yang didukung instrumen bertaraf internasional.. Pada bulan Juni hingga Desember 2012, PT *Avrist* mulai membuka Kantor Pemasaran *Avrist (KPA)* di berbagai kota, yaitu Kantor Pemasaran *Avrist (KPA)* Grow Together Pontianak, Kantor Pemasaran *Avrist (KPA)* Gracia Tangerang dan Kantor Pemasaran *Avrist (KPA)* Tarakan dan meresmikan Kantor Pemasaran *Avrist* Bandung. Pembukaan beberapa Kantor Pemasaran *Avrist (KPA)* ini membuktikan bahwa *Avrist* kian terus meningkatkan pelayanan terbaik bagi nasabah di wilayah nusantara.

Sejauh ini PT *Avrist Assurance* telah memiliki 7100 tenaga penjualan, 550 karyawan di 56 kantor pemasaran yang tersebar di 41 kota di seluruh Indonesia. PT *Avrist Assurance* juga memiliki berbagai saluran distribusi meliputi, Agency Forces, Bancassurance, Employee Benefit Division, Pension, Muslimat Nahdatul Ulama (MNU).¹

PT *Avrist Assurance* seperti tidak mau berhenti melakukan promosi dan inovasi pada tahun 2016 perusahaan tersebut membagikan 1000 asuransi yang dibagikan secara gratis berupa asuransi kecelakaan diri, yaitu Spekta berupa voucher dengan uang pertanggungan hingga Rp 75.000.000 dan santunan rawat inap Rp 100.000 per hari. Spekta sendiri

¹www.avrist.com/avrist-life/about (diakses pada tanggal 10 Oktober 2016)

adalah salah satu produk unggulan Avrist dengan premi sebesar Rp 20.000,- untuk perlindungan selama satu bulan.

Sistem pelayanan yang komprehensif mengharuskan PT *Avrist Assurance* untuk terus melakukan inovasi dibidang pelayanan nasabah, dengan menyediakan produk-produk yang lengkap dan kompetitif untuk berbagai kebutuhan perlindungan dan investasi yang dimiliki oleh nasabah.

PT *Avrist Assurance* juga berkomitmen untuk senantiasa memberikan support kepada mitra kerjanya dengan menyediakan berbagai fasilitas dan kemudahan dalam pengembangan bisnisnya, seperti program pelatihan dan pengembangan yang terus berkesinambungan dan fasilitas agency corner untuk memantau perkembangan bisnisnya.



Gambar II.1

Logo Perusahaan PT Avrist Assurance

Sumber: <http://www.avrist.com/avrist-life/about/>

a. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi yang selama ini menjadi pendoman bagi tingkat mutu pelayanan yang dijalankan oleh PT Avrist selama ini sebagai berikut :

Visi

Satu polis Avrist untuk setiap rumah tangga di Indonesia

Misi

- Merangkul dan meneladani semangat kepeloporan yang menjadi bagian dari sejarah kami yang besar.
- Menciptakan tempat bekerja terbaik guna memajukan karir serta masa depan.
- Menempatkan khalayak brand kami (karyawan, mitra, dan konsumen) sebagai inti dari setiap hal yang kami lakukan. Peningkatan dan perbaikan senantiasa hadir dalam agenda kami sehari-hari, dimulai dari tindakan yang kecil namun tulus dan berarti bagi mereka.
- Menawarkan produk dan servis kami ke setiap rumah tangga
- Memastikan produk kami selalu mudah di akses dan terjangkau.
- Mengembangkan bisnis kami dengan penuh kesigapan, kedisiplinan dan integritas yang tinggi
- Sepenuhnya mempercayai khalayak brand kami agar mereka juga percaya kepada kami.
- Secara konsisten menguji standar industri kami

Nilai

- *Peopel Focused*
Avrist menempatkan manusia sebagai inti dari setiap hal yang dilakukannya
- *Professional*
Avrist menetapkan nilai etis dan standar yang tinggi terhadap para karyawan dan tenaga penjualan
- *Agile*
Avrist agresif dan dinamis dalam menempatkan karyawan, mitra bisnis dan nasabah sebagai inti dari keberadaannya
- *Forward Thinking*
Avrist mengantisipasi perubahan dan menyikapinya dengan perencanaan ke depan dalam memenuhi kebutuhan karyawan, mitra bisnis dan nasabah, serta tujuan masa depan mereka.

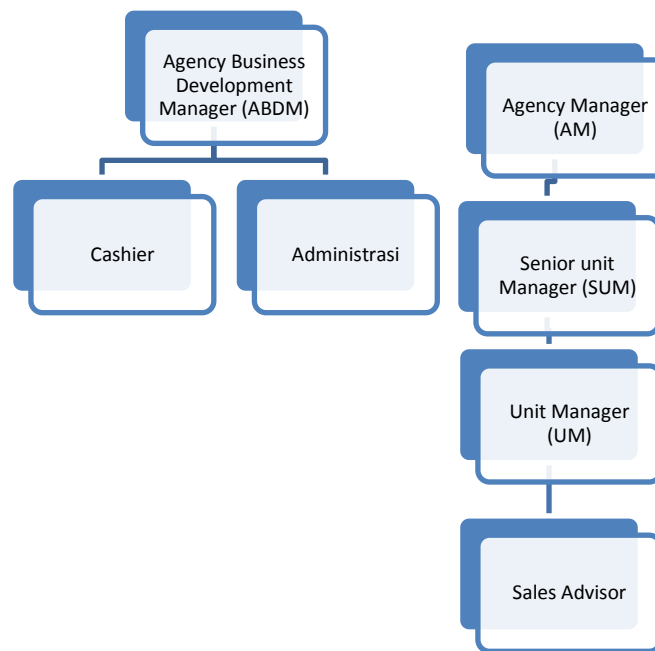
b. Prestasi Perusahaan

- Penghargaan “ 20 SYARIAH TERBAIK 2012” dari majalah investor
- Penghargaan “Best Syariah 2012” dari majalah investor untuk katagori cabang asuransi syariah terbaik 2012 dengan aset dibawah Rp 100 Miliyar dari Majalah Investor
- Peringkat 7 terbaik Perusahaan Asuransi Jiwa

- Penghargaan “Manajemen Resiko terbaik” dengan katagori beraset lebih dari 100 Miliar dan “Aset Asuransi Jiwa Syariah terbaik” dengan katagori beraset lebih dari 100 Miliar dari Islamic Finance Awards 2011
- Peringkat terbaik ke -2 Perusahaan Asuransi Jiwa (pilihan broker) katagori Perusahaan Asuransi Jiwa oleh ABAI Awards 2011
- Penghargaan “Asuransi Pelayanan Terbaik” (pilihan broker) katagori Perusahaan Asuransi Jiwa oleh Investor Awards 2010
- Penghargaan “BEST Life Insurance Company” Kategori : Peringkat ke-1 untuk katagori perusahaan asuransi jiwa bermodal lebih dari Rp 250 milyar oleh MEDIA ASURANSI INSURANCE AWARDS 2009

B. Struktur Organisasi

PT Avrist memiliki banyak cabang yang tersebar di Jakarta dan salah-satu cabangnya adalah tempat pelaksanaan PKL pratikan oleh sebab itu yang akan dijelaskan dibawah ini adalah struktur organisasi yang berada di salah-satu cabang PT Avrist yaitu di Ambassador



Gambar II.2

Struktur Organisasi Cabang PT AVRIST Ambassador

Sumber : Diolah oleh praktikan

Bentuk struktur organisasi yang tersaji pada Gambar II.2 adalah suatu sistem organisasi yang disusun berdasarkan situasi dan kondisi perkembangan pertumbuhan yang dijalankan suatu perusahaan pada dasarnya struktur organisasi yang dijalankan oleh PT Avrist terbagi menjadi dua yaitu karyawan kantor dan agen tetapi yang menduduki jabatan yang paling tinggi adalah *Agency Development Manager (ABDM)*. Struktur organisasi cabang ambassador yang paling menduduki jabatan yang tertinggi adalah (ABDM) *Agency Development Manager* atau bisa diartikan sebagai kepala cabang yang akan bertanggung jawab langsung kepada kantor, karyawan, dan konsumen serta masalah-masalah yang harus segera diputuskan di tempat yang akan

berhubungan langsung dengan kantor cabang PT Avrist, serta keluhan dari nasabah wilayah ambassador terutama nasabah gold. SU,UM dan Sales Advisor dalam menggali pontesi nasabah. Berikut adalah tugas-tugas dari masing-masing jabatan yang ada di PT Avrist.

1. Agency Business Development Manager

- a. Merencanakan, mengatur dan mengembangkan kantor penjualan untuk memenuhi tujuan yang direncanakan guna pendapatan penjualan, penetrasi pasar, profitabilitas dan biaya penjualan dapat tercapai
- b. Memimpin lembaga di kantor daerah / penjualan yang ditetapkan untuk mencapai premium, biaya, keuntungan dengan mendirikan dan melaksanakan strategi lembaga dan rencana bisnis
- c. Memastikan perencanaan yang tepat dan evaluasi penjualan strategis
- d. Merekrut AM baru
- e. Membangun komunikasi yang efektif dan menjalin kerja sama dengan para AM,SUM,UM, dan Sales Advisor asuransi di area yang menjadi tanggung jawabnya sehingga tercipta dan terpelihara atmosfer kerja yang positif menuju terjadinya kerja sama bisnis.
- f. Memimpin dan memfasilitasi aktivitas yang mendukung peningkatan penjualan dari AM dan pencapaian target penjualan.
- g. Bekerjasama dengan pekerja administrasi kantor penjualan untuk memastikan proses berjalan sesuai dengan prosedur.

- h. Menjalankan praktek terbaik yang sesuai dengan peraturan dan persyaratan yang diatur oleh bagian compliance dan legal.
- i. Memimpin, melaksanakan dan memonitor aktivitas sehari-hari, seperti pelatihan, lokakarya dan menjadi fasilitator dalam aktivitas perekrutan, business gathering, group selling, serta memastikan tercapainya pertumbuhan agen dan penjualan.
- j. Bertanggung jawab aktivitas pengembangan para AM,SUM,UM, dan Sales Advisor asuransi.

2. *Agency Manager*

- a. Memperkuat anggotanya
- b. Pelatihan terhadap SUM,UM, dan Sales Advisor
- c. Perkembangan kinerja group
- d. Memotivasi SUM,UM dan Sales Advisor
- e. Mencari SUM yang baru
- f. Mencari sales advisor yang baru

3. *Senior Unit Manager*

- a. Memantau perkembangan kinerja group
- b. Membangun kekuatan para Sales Advisor
- c. Menciptakan UM baru
- d. Bertanggung jawab terhadap keluhan nasabah
- e. Bertanggung jawab kepada kinerja bawahannya (um,sales advisor)

4. *Unit Manager*

- a. Mencari agen atau sales advisor yang baru

- b. Pelatihan langsung terhadap sales advisor
 - c. Bertanggung jawab langsung kepada SUM
 - d. Memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen
5. *Sales Advisor (agen)*

Seorang sales advisor memiliki peran yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan asuransi dikarenakan seorang sales selalu mencari nasabah untuk perusahaan asuransi. Tidak hanya mencari nasabah seorang sales advisor diharapkan mampu memiliki hubungan baik dengan seorang nasabahnya tersebut agar terciptanya *consumer satisfaction* sehingga sales advisor mendapatkan sebuah jaringan baru dari seorang nasabah yang puas dengan kinerjanya tersebut. seorang sales advisor diberikan kesempatan untuk mencapai target selama kurun waktu 1 tahun jika sales advisor tidak dapat menyelesaikannya. Tidak hanya mencari seorang nasabah, seorang sales advisor juga mencari seorang sales advisor (*agent*) agar naik kejenjang prestasi yang lebih tinggi.

Sebelum seorang sales advisor menjalankan tugasnya mencari nasabah mereka diberikan bimbingan oleh seorang leader. Leader akan membantu dan memantau perkembangan kinerja dari seorang sales advisor-nya tersebut, sehingga seorang sales advisor tidak hanya mampu menghasilkan target tetapi memiliki ilmu bagaimana ia bertemu dan bertemu dan bertatap muka dengan nasabahnya.

Adapun spesifikasi pekerjaan seorang sales advisor adalah :

a. Mencari konsumen potensial yang baru

Tugas seorang sales advisor yang pertama adalah membuat daftar *consumer potential* dengan melihat kebutuhan, keinginan, kesehatan dan jarak tempuh yang mampu dilalui oleh seorang sales advisor.

b. Bertanggung jawab memenuhi kebutuhan konsumen seperti cuti premi, konsumen yang meninggal, dll

Melayani kebutuhan seorang konsumen dengan melakukan apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Jika seorang konsumen ingin melakukan cuti premi maka seorang sales advisor akan mengurus data yang akan diisi oleh konsumen untuk memenuhi syarat cuti premi.

c. Mencari pasar baru

Sales advisor tidak hanya mencari konsumen potensial namun sales advisor harus mencari sales advisor yang akan membantu praktikan menaiki jenjang prestasi yang lebih tinggi.

d. Menggalih kebutuhan konsumen

Setelah mencari konsumen potensial sales advisor melakukan janji bertemu dengan konsumen tersebut dan melakukan percakapan, dengan melakukan percakapan sales advisor diharapkan mampu menggali kebutuhan dari konsumen tersebut.

6. Administrasi

a. Bertanggung jawab atas data-data yang terdaftar menjadi nasabah

b. Mengklarifikasi data-data customer yang tidak sesuai dengan yang dimiliki oleh kantor pusat

- c. Menyediakan data-data customer dan fomulir untuk polis bila di perlukan oleh ABDM,SUM,UM dan Sales Advisor
- d. Menyiapkan *Approval Letter* & kontrak perjanjian, menghubungi notaris dan customer untuk pelaksanaan signing.
- e. Menerima, memeriksa, dan melakukan follow up terhadap dokumen untuk disbursement.
- f. Membuat memo penyimpangan ketika terjadi kekurangan dokumen dan melakukan konfirmasi kesanggupan pemenuhan kekurangan dokumen.
- g. Menerima dan menangani permntaan customer pasca disbursement
- h. Melakukan penutupan asuransi dan pengecekan polis asuransi
- i. Menjalankan BG angsuran sesuai tanggal angsuran
- j. Menyusun, memelihara semua arsip yang ada di cabang
- k. Bertanggung jawab terhadap penggunaan petty cash cabang dan membuat laporan pertanggung jawaban petty cash.
- l. Penerimaan data customer yang melakukan cuti premi pada saat polis berjalan

7. *Cashier*

- a. Melakukan *monitoring*/ penagihan/ penarikan unit atas kontrak konsumen yang past due (tertunggak)
- b. Memeriksa daftar penerimaan bukti setoran dari Staff Adm
- c. Bertanggung jawab atas bukti setoran (TTS) yang diterima dari staf Adm

- d. Melakukan penagihan atas seluruh bukti setoran yang diterima dari staf Adm, *Collection* tanpa kecuali
- e. Membuat laporan harian atas bukti setoran yang diterima
- f. Menyiapkan daftar konsumen yang melakuka pengahkrian polis
- g. Melakukan tindakan negoisasi dalam penyelesaian kasus
- h. Menyiapkan kebutuhan operasional (akat tulis,kertas,titinta printer dll)
- i. Melaporkan perkembangan keuangan cabang kepada pusat setiap bulan

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Perusahaan Avrist bergerak dibidang penjualan asuransi jiwa yang memiliki varian produk yang beragam antara lain produk untuk individu terdiri dari asuransi jiwa, *unitlink*, *extra*, syariah, dana pensiun, *basic guard*, aset manajemen selain itu ada produk untuk group, Avrist sudah menjadi perusahaan asuransi yang berpengalaman selama 41 tahun dan memiliki banyak penghargaan. Dalam mempromosikan semua produk yang dimiliki Sales Advisor selalu ingin membuat sesuatu yang membuat konsumen tetarik dan ingin membuat konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan dengan adanya konsumen yang puas maka akan memunculkan konsumen yang lainnya.

Berikut penjelasan bauran pemasaran (marketing mix) untuk menyusun strategi perusahaan dalam menunjang kegiatan perusahaan:

1. Produk

Adalah sesuatu yang bersifat intangible atau tangible yang dimiliki oleh suatu perusahaan. PT *Avrist Assurance* yang bergerak dibidang jasa memiliki produk yang bersifat intangible. Sales Advisor yang bekerja mempromosikan produk PT *Avrist* untuk ditawarkan kepada konsumen antara lain :

a. Produk Individu

- *Avrist extra*

Produk ini menawarkan perlindungan jiwa plus, dimana nilai plus dari produk ini menawarkan investasi

- *Avrist I-Link*

Avrist I-Link menyediakan solusi investasi yang dilengkapi dengan perlindungan asuransi dalam satu paket dengan konsep berbagi risiko dengan berbagai keunggulan,

- *Avrist Basic Guard*

Avrist Basic Guard menawarkan perlindungan terhadap kecelakaan yang dialami oleh konsumen berupa biaya perawatan rumah sakit dan uang penggantian setiap kecelakaan

- *Avrist Critical Guard*

Critical Guard menawarkan perlindungan bagi konsumen yang mengalami penyakit kritis berupa biaya perawatan rumah sakit. Untuk produk ini jika konsumen mengalami penyakit kritis jika sudah menggunakan asuransi, jika pada saat belum menggunakan asuransi

avrist dan konsumen sudah mengalami penyakit kritis maka pihak asuransi tidak dapat menanggung dan menerima konsumen tersebut. Dikarenakan program asuransi di buat untuk menanggulangi resiko sebelum resiko terjadi.

- *Avrist Term10*

Menawarkan perlindungan kesehatan selama 10 tahun, tetapi bila perlindungan ini tidak terpakai selama 10 tahun maka uang yang sudah ditabung akan kembali 100%.

Pada produk Term 10 ini memiliki pertanggungan pada kecelakaan, cacat atau sakit yang berbahaya, dan kematian, bila nasabah memiliki penyakit atau cacat total sehingga nasabah tidak mampu untuk membayar maka pihak Avrist akan membayarkan uang selama 65 tahun atau sampai nasabah meninggal dunia. Dan jika nasabah meninggal dunia pada tahun pertama masa polis maka Avrist akan memberikan uang pertanggungan yang sudah dijanjikan atau disepakati.

- *Avrist Asyah Link*

Pelindungan terhadap investasi sekaligus dengan kesehatan tetapi memakai prinsip syariah. Produk ini melayani konsumen yang tidak ingin menggunakan produk *konvensional* yang di anggap mengandung hukum “Riba” oleh karena itu tercipta lah produk yang berbasis syariah ini yang menggunakan sistem bagi hasil.

- *Avrist Sehati*

Merupakan asuransi kesehatan untuk biaya perawatan kesehatan dengan premi terjangkau

- *Avrist Primegen*

Produk yang dirancang untuk perencanaan biaya dan kehidupan di buah hati

b. Dana pensiun

- DPLK

Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Avrist (sebelumnya DPLK AIA Indonesia) disahkan oleh Menteri Keuangan RI pada tahun 1994.

DPLK Avrist sudah berpengalaman dalam memberikan jasa dan rancangan program pensiun sejak tahun 1985 sebelum Undang-Undang Dana Pensiun disahkan tahun 1992.

- *Avrist CarePack Pro*

Avrist CarePack Pro adalah salah-satu program pendanaan pesangon yang bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mengelola dana pesangon bagi karyawannya, dengan besarnya manfaat mengacu pada Undang-Undang Ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2003.

- Program Tabungan Hari Tua

Merupakan Program Tabungan yang dirancang seperti program iuran pasti, dapat digunakan sebagai bonus dari Pemberi Kerja terhadap karyawannya, dana dapat pula digunakan sebagai program pension (Tabungan Hari Tua) dengan pembayaran manfaat sekaligus.

2. *Price*

Price merupakan sejumlah nominal yang dibayarkan oleh seorang konsumen untuk mendapatkan produk baik itu *intangible* maupun *tangible*². Namun, keputusan mengenai harga (terutama dalam konteks pemasaran jasa) tidak mudah dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor.

Nominal tersebut disebut dengan kata harga, harga yang ditawarkan oleh seorang sales advisor harus berdasarkan dengan ketentuan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Pada PT *Avrist Assurance* untuk menetapkan harga dilihat berdasarkan :

➤ *Umur*

PT *Avrist Assurance* menentukan harga berdasarkan umur. Ketika umur seseorang yang ingin membeli produk avrist sudah memasuki usia lanjut maka akan besar kemungkinan orang tersebut untuk mendapatkan resiko sehingga umur menjadi penentu sebuah harga

➤ *Resiko*

PT *Avrist Assurance* menentukan harga berdasarkan besarnya resiko yang akan ditanggung oleh pihak asuransi tersebut. Resiko digolongkan berdasarkan kelas pekerja seorang, dengan demikian

² Fandy Tjiptono Ph.D, Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, CV Andi Offset, Hlm 192

pihak asuransi pun dapat menentukan seorang tersebut digolongkan dalam harga yang rendah atau tinggi berdasarkan tingkat resikonya.

➤ Produk

PT *Avrist Assurance* memiliki berbagai jenis produk yang menaungi berbagai jenis resiko *financial* maupun jiwa. sehingga harga dari setiap produk pun berbeda-beda tidak mematok pada satu jenis harga

Berikut adalah daftar *list* harga dari produk *Term 10*. Produk *Term 10* adalah produk kesehatan tradisonal yang terdapat di perusahaan *Avrist Assurance*, produk ini memiliki keunggulan jika seorang nasabah tidak mengalami sakit atau kematian dalam jangka waktu 10 tahun maka uang premi yang telah dibayarkan akan di kembalikan kepada nasabah 100%.

Tabel II.1

Tabel Harga Produk Term 10.

Usia Masuk	<i>Silver</i>	<i>Gold</i>	<i>Premium</i>
------------	---------------	-------------	----------------

(Tahun)	Uang Pertanggungan (Rupiah)		
5-10	150,000,000	200,000,000	250,000,000
11-30	129,982,669	174,978,128	214,961,307
31-35	100,000,000	134,453,782	165,016,502
36-40	80,000,000	104,411,381	152,207,002
41-45	60,000,000	80,000,000	100,000,000
46-50	50,000,000	64,998,376	80,000,000
51-55	40,000,000	50,000,000	65,002,601

Cara Bayar	Premi (Rupiah)		
Tahunan	3,000,000	4,000,000	5,000,000

Manfaat/faedah	Maksimum manfaat/faedah	Rupiah ('000)		
		silver	Gold	Premium
Manfaat Rawat Inap				
-kelas harian	Max 365hari/tahun polis	1,250	1,750	2,500
-perawatan di ICU	Max 45 hari/tahun polis	2,500	3,500	5,000
Manfaat pembendahan				
-pembedahan kecil	Per satu kegiatan pembedahan, termasuk di dalamnya transplantasi organ, pembiusan, dan biaya lainnya	Sesuai tagihan rumah sakit	Sesuai tagihan rumah sakit	Sesuai tagihan rumah sakit
-Pembedahan sedang				
-Pembedahan besar				
-Pembedahan kompleks				
Manfaat biaya medis				
-kunjungan dokter spesialis	Max satu kunjungan/365 hari	Sesuai tagihan rumah sakit	Sesuai tagihan rumah sakit	Sesuai tagihan rumah sakit
-kunjungan dokter umum	Max satu kunjungan/365 hari			
-jasa ambulan	Per perjalanan			
Manfaat rawat jalan				
Sebelum perawatan/hari	Max 30 hari sebelum di rawat inap di rumah sakit	Sesuai tagihan rumah sakit	Sesuai tagihan rumah sakit	Sesuai tagihan rumah sakit
Sesudah perawatan /hari	Max 60 hari sesudah rawat inap di rumah sakit			
Manfaat rawat jalan tambah				
-perawatan kanker-kemoterapi	Pertahun polis	40,000	50,000	60,000
-Cuci darah — haemodialisis	Pertahun polis	40,000	50,000	60,000

Sumber : Di olah oleh praktikan

3. Place

Tempat atau lokasi yang dimiliki oleh setiap perusahaan terutama perusahaan dibidang jasa harus memiliki lokasi yang strategis yang dapat dijangkau oleh setiap konsumen dan mudah di temukan oleh konsumen yang baru atau ingin membeli produk tersebut. PT *Avrist Assurance* memiliki lokasi yang strategis dimana lokasi yang ditempati oleh praktikan saat melakukan praktik kerja lapangan adalah Mall Ambassador. Dengan berlokasi berdekatan dengan mall maka semakin mudah sales advisor untuk mempromosikan produk asuransi tersebut kepada konsumen. Karena mall adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, dan distu terdapat banyak orang yang berkunjung hanya untuk sekedar berkunjung atau ingin belanja kebutuhan.

Nama Perusahaan : PT. Avrist Assurance

Alamat : Mall Ambassador unit 6. Jl Prof. Dr. Satrio,
Jakarta Selatan

Telepon : +62 21 5789 8188

Fax :

Website : <http://www.avrist.com/avrist-life/about/>

4. *Promotion*

Promotion adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan baik perusahaan yang menjual barang maupun perusahaan yang menjual jasa. Bauran promosi yang terdapat dalam buku kotler keller terdapat 7 bauran promosi yang dapat di sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan. Sebagai sales advisor berperan penting dalam

melakukan promotion karena sales advisor harus berfikir bagaimana strategi untuk melakukan kegiatan promosi sehingga target dapat tertarik dengan apa yang ditawarkan.

- Advertising

Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam buku manajemen pemasaran mengartikan iklan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar

- Sales Promotion

Promosi penjualan (*sales promotion*) Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam buku manajemen pemasaran mengartikan promosi penjualan (*sales promotion*) sebagai unsur utama dalam kampanye pemasaran, berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang

- Event and Experience

Salah satu cara kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan serta menjual produknya. Biasanya event sponsorship bekerjasama dengan event organizer (EO) sebagai penyelenggara acara

- Public Relation and Publicity

Perusahaan tidak hanya harus berhubungan secara konstruktif dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, melainkan juga harus berhubungan dengan sejumlah besar masyarakat yang berkepentingan

- Direct Marketing

Pemasaran langsung (direct marketing) Pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah penggunaan saluran-saluran langsung konsumen (*CD-consumer direct*) untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran

- Word of mouth marketing

Pemasaran yang dilakukan secara langsung dengan menggunakan media internet seperti blog, chat personal dengan customer dan sebagainya.

- Personal selling

involves direct personal interactions between a potential buyer and a salesperson. Personal selling can be a powerful promotion method for at least two reason. First, the personal communication with the salesperson may increase consumers involvement with the product and/or the decision process. Second, the interactive communication situation allows salespeople to adapt their sales presentations to fit the informational needs of each potential buyer

PT Avrism Assurance dalam strategi pemasarannya menggunakan 2 strategi bauran promosi yang telah dijelaskan dalam buku Kotler tahun 2007 yaitu :

a. Sales Promotion

PT Avrism Assurance menggunakan strategi sales promotion dengan cara mendatangi perusahaan atau universitas-universitas yang terdapat di Indonesia untuk melakukan seminar dengan itu diharapkan audience tertarik ingin membeli produk atau ingin menjadi seorang sales advisor.

b. Direct Sales

PT Avrism Assurance menggunakan strategi direct sales dengan cara membuat brosur yang akan dibagikan kepada masyarakat sekitar lingkungan PT Avrism Assurance maupun di luar lingkungan PT Avrism Assurance

5. *People*

Orang (*People*), adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa. Untuk menjadi seorang sales advisor diharuskan mengikuti test seleksi dan memiliki potensi untuk menduduki posisi tersebut. Karena dibutuhkan sumber daya manusia yang handal dan

berdedikasi tinggi maka akan menghasilkan pelayanan yang memuaskan sehingga akan terjalin kerjasama yang baik antara sales advisor dengan konsumen.

6. Proses

(*Process*), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri. Process yang dilakukan oleh Sales Advisor untuk menyampaikan pelayanan kepada nasabah harus melalui tahap- tahapan sebagai berikut

- Gali Kebutuhan

Pada tahap ini konsumen bercerita tentang resiko kehidupan dan perekonomian pada saat ini dan dimassa yang akan datang sehingga sales advisor dapat terus menggali apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen tersebut.

- Ganggu Emosi

Pada tahap sebelumnya Sales Advisor hanya perlu mendengarkan kebutuhan setiap konsumen, tetapi pada tahap ini Sales Advisor harus bermain dengan emosi yang dimilikin atau dengan kata lain pada tahap ini Sales Advisor harus menjadi seperti konsumen dan tau apa yang menjadi masalah konsumen

- Gambarkan Solusi

Setelah bahan yang sudah dibutuhkan untuk pelayanan konsumen Sales Advisor dapatkan dari dua tahap sebelumnya maka pada tahap ini harus menggambarkan apa saja solusi yang akan dilakukan oleh Sales Advisor dan intinya biar konsumen yang memilih

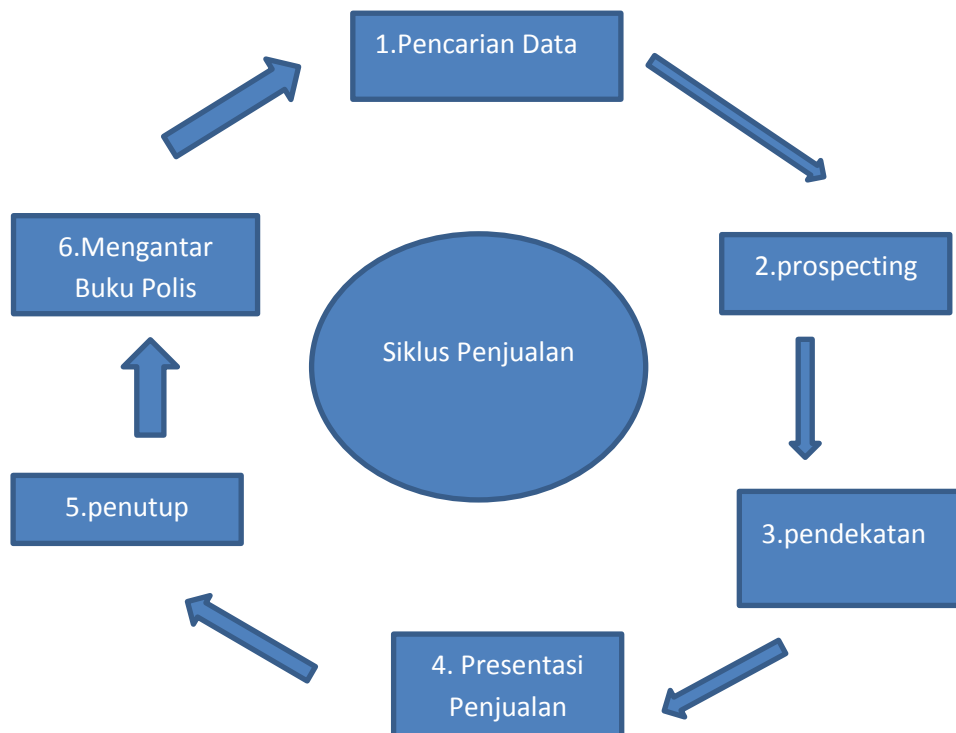
7. *Physical Evidence*

Sarana fisik (*Physical Evidence*), merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya. Bangunan yang dimiliki oleh setiap cabang maupun kantor pusat Perusahaan Avrist selalu terlihat rapih, bersih dan aman dikawasan kantor , karena asuransi adalah bisnis yang didasarkan oleh saling percaya dan yakin karena hanya dibuktikan oleh selembar polis maka bangunan yang terlihat dimanapun kantor cabang perusahaan tersebut harus terlihat menyakinkan.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Pekerjaan



Gambar III.1

Siklus Penjualan

Sumber: Dikelola oleh Praktikan

Dalam melaksanakan bidang kerja pada PT *Avrist Assurance* pratikan ditempatkan pada bagian Sales Advisor yang berada didalam divisi penjualan dibawah departemen *Agency*. Praktikan bertugas untuk mencari nasabah atau agent baru pada siklus penjualan dari awal samapai

akhir yaitu yang pertama praktikan memprospek calon konsumen yang akan menjadi nasabah atau agent, kemudian setelah menentukan siapa yang akan menjadi target pemasaran maka praktikan melakukan pendekatan dengan cara menghubungi nasabah lalu melakukan perjanjian untuk bertemu. Setelah nasabah bersedia untuk bertemu maka langkah selanjutnya praktikan melakukan pencarian data dengan cara mengajak nasabah untuk bercerita akan resiko kehidupan dan masalah perekonomian yang sedang terjadi pada saat ini dan yang akan mendatang, setelah nasabah telah menceritakan resiko kehidupan maka praktikan mulai mengganggu emosi dari nasabahnya tersebut. Jika nasabah sudah terlihat percaya dengan apa yang praktikan bicarakan maka praktikan mulai mempresentasikan produk sesuai kebutuhan nasabahnya. Jika nasabah merasa membutuhkan penawaran dari praktikan maka nasabah akan membeli produk yang ditawarkan sehingga praktikan melakukan pendataan untuk di tindak lanjuti. Setelah sudah terjadi transaksi maka langkah selanjutnya praktikan mengantarkan buku polis kepemilikan nasabah yang menandakan bahwa nasabah tersebut memiliki hak akan perlindungan jiwa maupun *financial*. Agar terciptanya kehangatan dan keakraban praktikan harus melayani nasabah dengan sepenuh hati sehingga nasabah akan merasa puas dengan apa yang dilakukan oleh praktikan.

Dalam melakukan bidang kerjanya praktikan dibantu oleh seorang leader. Leader memberikan penjelasan kepada praktikan bagaimana cara

menentukan konsumen potensial, cara menentukan konsumen potensial itu dengan cara menilai dari segi kebutuhan, kemampuan, kepentingan, dan jarak konsumennya tersebut. Setelah itu leader mencontohkan bagaimana menghubungi nasabah untuk membuat janji pertemuan. Lalu, leader menemani praktikan untuk bertemu dan mempresentasikan produk yang akan ditawarkan. *Leader* menemani praktikan untuk bertemu dengan nasabah hanya tiga kali untuk melatih cara presentasi yang baik dan benar kepada praktikan setelah itu praktikan melakukannya sendiri tanpa ditemani *leader*.

Pada saat praktikan mendapatkan seorang nasabah, praktikan akan dibantu oleh *staff* administrasi untuk mengurus segala berkas yang dibutuhkan oleh praktikan. untuk masalah pembayaran praktikan akan dibantu oleh *staff cashier*. Untuk meningkatkan semangat praktikan dan agent yang lain leader memberikan hadiah untuk agent yang dapat mencapai target penjualan selama jenjang tiga bulan, sehingga praktikan dan agent yang lain semangat untuk bekerja dan mencapai target yang ditetapkan.

Jika terdapat nasabah yang memiliki keluhan akan kinerja praktikan atau masalah dengan produk yang sedang di jalankan maka nasabah dapat menghubungi call center PT *Avrist Assurance* sehingga pihak call center akan meneruskan kepada pihak sales advisor untuk di tindak-lanjuti keluhan yang terjadi sehingga sales advisor memberikan solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut.

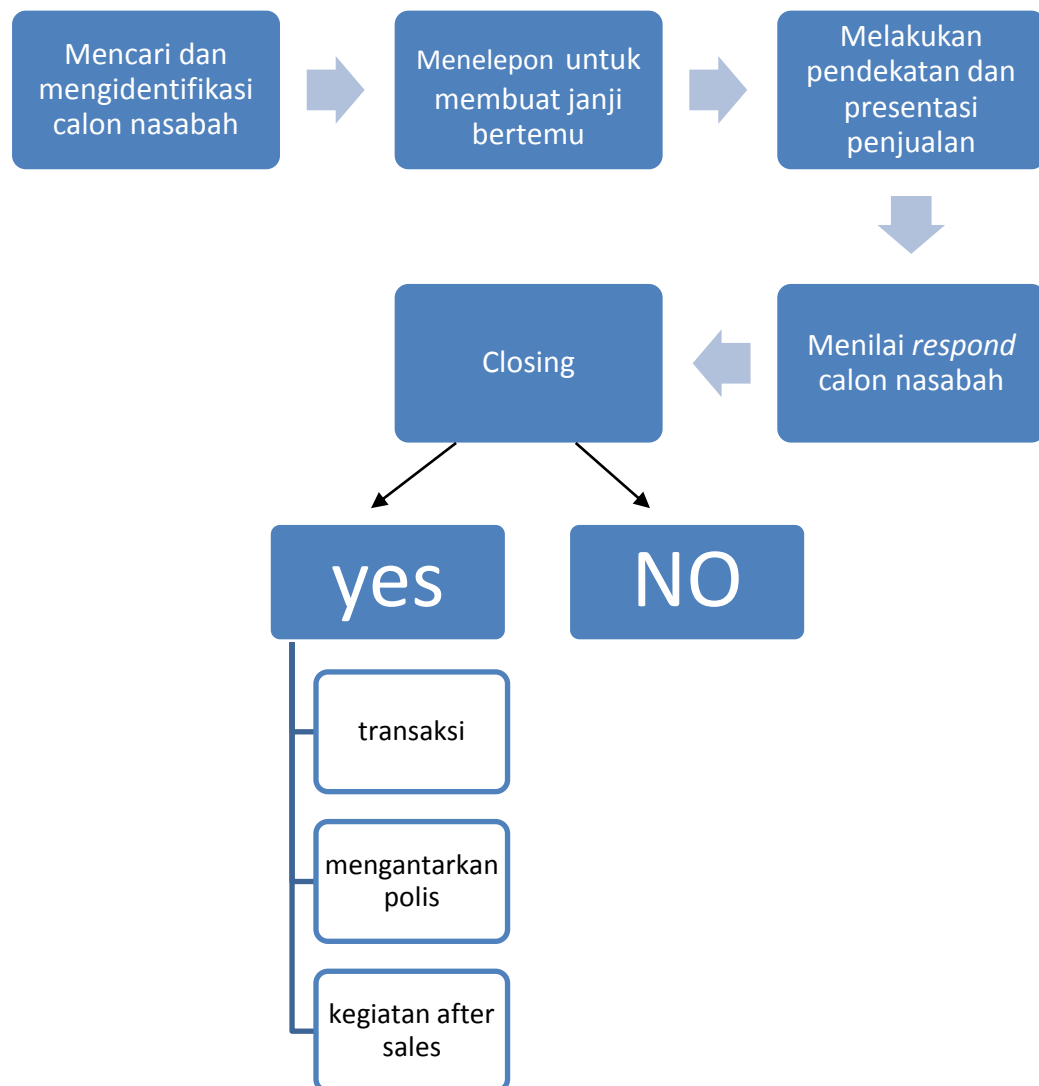
Adapun bidang kerja yang dilakukan oleh praktikan selama melaksanakan PKL antara lain:

1. Menggolongkan konsumen yang potensial dari pasar alami
2. Melakukan pendekatan dengan cara berhubungan langsung dalam hal membuat janji kepada konsumen yang potensial
3. Bertemu secara langsung dengan didampingi leader tim untuk menyakinkan konsumen
4. Menerima keluhan, sangkalan yang dilakukan konsumen
5. Presentasi penjualan setiap minggu

B. Pelaksanaan Kerja

Untuk pelaksanaan kerja praktikan untuk memberikan dedikasinya untuk melayani nasabah dengan sepenuh hati agar tercipta keakraban antara praktikan (*agent*) dengan nasabah.

Adapun pelaksanaan kerja yang harus dilakukan adalah:



Gambar III.2

Pelaksanaan Kerja

Sumber: Dikelola oleh Praktikan

1. Mensortir Data dari Database

Praktikan diberi pelatihan bagaimana membuat daftar nomor telepon konsumen potensial dan membuat janji. praktikan di berikan pelatihan bagaimana menghubungi konsumen dengan baik dan benar agar

konsumen ingin di ajak untuk melakukan pertemuan. Karena dari daftar telepon yang sudah dibuat oleh praktikan tidak semuanya menepati janji untuk melakukan pertemuan, sehingga membutuhkan strategi pada saat menghubungi konsumen tersebut

2. Menentukan Informasi Data Nasabah Potensial

Mencari data nasabah yang telah dibuat daftar list untuk mengetahui kemampuan dan kebutuhan seorang nasabah tersebut dengan cara melihat kemampuan nasabah tersebut untuk membeli sebuah produk asuransi. Lalu, mencari tahu produk apa yang sedang dibutuhkan oleh seorang nasabah tersebut dengan melihat kehidupannya sehari hari. Kemudian, mencari tahu bagaimana kondisi kesehatan dari seorang nasabah tersebut dikarenakan seorang calon nasabah harus memiliki kondisi kesehatan yang bagus untuk memenuhi syarat yang diberikan oleh PT Avrist Assurance. Mengapa PT Avrist Assurance menentukan kondisi kesehatan dari seorang nasabahnya tersebut? Dikarenakan sebuah perusahaan asuransi adalah sebuah perusahaan yang akan mengalihkan resiko sebelum resiko itu terjadi sehingga calon nasabah yang akan di alihkan resikonya harus memiliki kondisi yang sehat baik segi fisik maupun segi finansial.

3. Menentukan target konsumen potensial

Setelah melakukan pelatihan praktikan langsung melakukan tugas yang sudah berikan tersebut. Untuk mencari target potensial praktikan mengawali dengan membuat daftar list siapa yang akan menjadi

targetnya. Target awal praktikan adalah keluarga terdekat praktikan karena keluarga merupakan target konsumen potensial yang berpeluang tinggi untuk membeli produk yang ditawarkan oleh praktikan kemudian praktikan menulis nama dari teman SD, SMP, dan SMA untuk menjadi target sasarannya karena teman adalah seseorang yang dapat praktikan tawarkan produk dengan bahasa yang santai dan tidak tegang, suasana saat presentasi kepada teman tidak tegang layaknya presentasi kepada seseorang yang belum praktikan kenal sehingga praktikan dapat menggunakan bahasa yang santai agar muncul suasana keakraban dan tidak terlalu formal. Kemudian praktikan menulis list orang orang yang terdekat seperti tetangga karena praktikan dapat menilai besar kemampuan dan potensi seseorang tersebut akan membeli. Karena pada saat praktikan menulis daftar target konsumen potensial praktikan harus menilai dari kebutuhan konsumen tersebut akan asuransi, kesehatan konsumen pada saat ingin membeli salah satu produk seperti jika seseorang tersebut memiliki riwayat penyakit maka akan ada pertimbangan untuk diterima karena perusahaan asuransi tidak akan menerima nasabah yang memiliki riwayat penyakit kronis seperti jantung, kanker, paru-paru dan sebagainya, disebabkan perusahaan asuransi adalah sebuah perusahaan yang melindungi dari resiko yang belum terjadi bukan melindungi dari resiko yang sudah terjadi. Lalu, praktikan menilai dari kemampuan untuk membayar karena jika seseorang tersebut tidak

memiliki uang untuk membayar maka akan kemungkinan besar untuk menolak apa yang ditawarkan oleh praktikan, yang terakhir adalah menilai dari jarak antara praktikan dengan konsumen potensial tersebut, jika jarak untuk bertemu konsumen potensial itu tidak mampu untuk dijangkau maka sulit untuk melakukan transaksi. Praktikan harus pandai memilah siapa yang akan menjadi target konsumennya, target konsumen tidak hanya didapat dari keluarga atau teman dekat tetapi target konsumen juga bisa didapatkan ketika praktikan sedang melakukan kegiatan berpergian menggunakan transportasi umum pada saat itu praktikan mengajak bicara salah satu orang yang duduk disebelah praktikan kemudian praktikan melakukan teknik cara berbicara dengan seseorang agar terjalin keakraban dan nyaman pada saat perbincangan seperti meniru gestur tubuh dari lawan bicara lalu pada saat berbincang praktikan melihat alis dari lawan bicara yang menandakan praktikan memperhatikan apa yang sedang dibicarakan kemudian hafalkan nama dari lawan bicara dan menyebutkan namanya paling tidak tiga kali. Jika sudah melakukan langkah langkah tersebut maka lawan bicara akan merasa nyaman berbicara kepada praktikan sehingga praktikan mudah untuk mendekati dan meminta kontak yang dapat dihubungi untuk menjadi target potensial.

4. Menghubungi Target Konsumen Potensial yang di Tentukan untuk Visit

Setelah praktikan membuat daftar list target konsumen potensial maka praktikan mulai menghubungi nomor dari daftar llist yang sudah dibuat satu persatu. Pada saat menghubungi praktikan tidak diizinkan untuk membicarakan agent atau asuransi dikarenakan jika seseorang sudah mendengar kata asuransi maka dia sudah tertarik untuk melakukan pertemuan maka dari itu sangat tidak dianjurkan untuk mengurangi resiko untuk penolakan. Saat menghubungi target potensial maka hal-hal yang harus diucapkan oleh praktikan adalah mengucapkan salam untuk pembukaan, kemudian meminta izin untuk meminta waktu seorang tesebut, lalu jika mengizinkan untuk memberikan waktu maka praktikan menanyakan kapan dan diman dia dpaat meluangkan waktu kosong untuk bertemu dan memberikan opsi pilihan untuk dijawab dia menjawab pertanyaan seperti “ bisakah anda bertemu dengan saya pada hari rabu atau sabtu? Pada waktu jam makan siang atau jam 15.00 WIB? Kira kira bertemu di tempat anda bekerj atau di rumah anda?” agar dia tidak menjawab terserah dan pertemuan akan terncam gagal. Setelah bertanya kapan dan dimana? Praktikan mengulang kembali waktu dan tempat praktikan dan dia dapat bertemu, lalu praktikan mengucapkan salam penutup.

5. Melakukan Pertemuan dengan Calon Nasabah dan Melakukan Presentasi

Setelah praktikan menghubungi calon nasabah maka praktikan melakukan pertemuan dengan calon nasabah tersebut pada waktu dan tempat yang sudah ditentukan. Lalu, praktikan menyiapkan power point dan aplikasi untuk menjelaskan kepada nasabah tersebut akan produk yang akan praktikan tawarkan. kemudian, praktikan memulai pembicaraan yang menyangkut-pautkan dengan apa yang akan praktikan presentasikan, praktikan mulai memancing perbincangan untuk mengarah pada masalah ekonomi yang terjadi pada masa dulu, masa kini, dan masa yang akan datang. Calon nasabah pun menjawab dan memulai untuk bercerita yang membahas perekonomian, pada saat calon nasabah bercerita praktikan pun memulai menggali apa yang sedang dibutuhkan oleh calon nasabahnya tersebut untuk mengetahui produk apa yang akan praktikan presentasikan kepada nasabahnya tersebut. Setelah praktikan sudah menggali apa yang dibutuhkan oleh calon nasabahnya tersebut maka praktikan mulai mengganggu emosi calon nasabahnya dengan memperlihatkan resiko yang akan mendatang. Setelah itu praktikan mulai menggambarkan dan mempresentasikan produk yang akan ditawarkan oleh calon nasabahnya tersebut. Setelah menggambarkan dan mempresentasikan produk yang akan ditawarkan praktikan meminta riwayat hidup dan melakukan pendataan. Pertama kali praktikan bertemu dengan calon

nasabah praktikan ditemani oleh leader pembimbing yang akan mengajarkan bagaimana cara melakukan transaksi kepada calon nasabah praktikan akan ditemani oleh leader sampai praktikan mampu untuk melakukannya sendiri. Pada saat melakukan presentasi praktikan melihat gerak tubuh dari konsumennya tersebut memberitahukan bahwa konsumen tersebut tertarik dengan apa yang di presentasikan oleh praktikan. dan praktikan melakukan penawaran kepada konsumen tersebut dan ternyata benar apa yang telah dinilai oleh praktikan bahwa konsumen tersebut berpeluang tinggi untuk membeli produk sehingga praktikan langsung meminta Kartu Tanda Penduduk (KTP) dari konsumennya itu untuk melakukan pendataan.

6. Tindak Lanjut Reaksi Nasabah

Dari seratus calon nasabah potensial hanya dua puluh orang saja yang merespon praktikan dan dari dua puluh orang tersebut tidak semuanya menepati janji untuk melakukan pertemuan hanya ada 5 orang yang terealisasi dan benar benar bertemu, dari lima orang tersebut hanya 1 orang saja yang berminat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh praktikan setelah melakukan perjanjian bahwa keduaa belah pihak telah sepakat maka praktikan akan mengurus pemberkasan data mengenai calon nasabahnya tersebut serta mendampingi calon nasabah melakukan tes kesehatan untuk mengetahui kondisi kesehatan calon nasabahnya tersebut.

Untuk nasabah yang tidak membeli produk yang di tawarkan oleh praktikan maka praktikan mendata dan di arsipkan untuk di laporkan kepada leader

7. Menyerahkan Buku Polis

Setelah pemberkasan sudah selesai maka praktikan harus mengantarkan buku polis kepada nasabahnya tersebut, praktikan harus mengantarkan sebagai bentuk pelayanan praktikan kepada nasabahnya. Ini pun sebagai salah satu cara agar nasabah merasa akrab kepada praktikan.

C. Kendala yang dihadapi

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama 2(dua) bulan, terhitung mulai tanggal 20 Juni 2016 sampai tanggal 19 Agustus 2016, dengan pelaksanaan kerja mulai hari Senin sampai hari Jum;at pukul 09.00-15.00 WIB dan bertempat di PT Avrist Assurance praktikan mengalami kendala saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

Adapun kendala yang di hadapi oleh praktikan adalah:

1. praktikan kesulitan beradaptasi dengan lingkungan perusahaan karena merasa takut tidak dapat menyelesaikan tugas yang di berikan.
2. Kesulitan dalam mengkomunikasikan informasi saat presentasi
3. Kesulitan menanggapi komplain nasabah

D. Cara Mengatasi Kendala

Adapun cara-cara praktikan dalam menyelesaikan masalah adalah:

1. Praktikan berusaha bersosialisasi dengan karyawan PT Avrisc

Assurance, dengan lebih banyak berdiskusi dan bertanya dengan karyawan PT *Avrisc Assurance*. menurut “tokoh-tokoh seperti Kimbal Young, R.S. Lazarus, Havigurst, Naugarten, Thomas Ford Hoult serta George Herbert Mead seperti dirangkum Ahmadi (1991)

mengemukakan pengertian sosialisasi mencakup :

- Proses sosialisasi adalah proses belajar. Yaitu suatu proses akomodasi di mana individu menahan, mengubah impulsimpuls dalam dirinya lalu diikuti oleh upaya pewarisan cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya,
- Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, nilai-nilai dan tingkah laku dalam masyarakat di mana ia hidup, dan 3. Semua sikap dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan secara sistematis dalam pribadinya”.

2. Praktikan meminta seorang leader untuk membimbing praktikan dan praktikan berusaha mencari trik dan tips untuk lebih mudah berbicara kepada *Customer*. Menurut “Djamarah (2002:13) belajar adalah sebagai usaha aktivitas yang ditunjukkan oleh perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman.

3. Praktikan berkonsultasi dengan leader dan leader memberikan saran untuk Sales Advisor (Agent) menggunakan teknik LIAR yang artinya :

L : adalah *Listen* atau mendengarkan

Seorang praktikan mendengarkan semua keluhan yang diberikan oleh seorang nasabah dan menampung segala keluhan-keluhan nasabah tersebut

I : adalah *Identify* atau mengidentifikasi apa yang menjadi keluhan

Setelah mendengarkan dan menampung keluhan yang telah diberikan oleh nasabah tersebut maka praktikan mengidentifikasi masalahnya dan mencari solusi untuk masalah tersebut

A : adalah *Acknowledge* atau mengulang

Setelah mencoba mengidentifikasi masalah maka praktikan mengulang masalah yang diberikan seorang nasabah tersebut untuk memastikan bahwa keluhan yang telah di catat oleh praktikan itu benar

R : adalah *Reply* atau meresponse atau menanggapi keluhan yang timbul

Sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh “**Prayitno dan Erman Amti (2004: 99)**”, Bimbingan adalah proses pemberian bantuan yang dilakukan oleh orang yang ahli

kepada seseorang atau beberapa orang individu, baik anak-anak, remaja, atau orang dewasa; agar orang yang dibimbing dapat mengembangkan kemampuan dirinya sendiri dan mandiri dengan memanfaatkan kekuatan individu dan sarana yang ada dan dapat dikembangkan berdasarkan norma-norma yang berlaku”.

Kemudian praktikan merespon dan mencari solusi yang tepat untuk memecahkan masalah dan keluhan-keluhan yang diberikan nasabah tersebut hingga masalah tuntas.

BAB IV

KESIMPULAN dan SARAN

A. Kesimpulan

1. Praktikan dapat mengetahui mekanisme pemasaran dari sales advisor di PT Avrist Assurance dari awal potential prospect seperti mencari data nasabah, lalu memprospek nasabah menggunakan teknik 3G yaitu Gali, Ganggu, dan Gambarkan hingga melakukan kegiatan after sales seperti menangani keluhan seorang nasabah
2. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT Avrist Assurance menggunakan strategi marketing mix yang lebih menekankan pada harga yang ditawarkan oleh PT Avrist Assurance karena harga yang ditawarkan oleh PT Avrist Assurance sangat kompetitif yaitu dengan harga murah nasabah dapat menikmati layanan asuransi dari PT Avrist Assurance.
3. Praktikan banyak mendapat pelajaran di dunia kerja dengan menjalankan tugas diberi pembimbing sebaik mungkin. Hal itu akan menjadi pengalaman bagi praktikan dalam menghadapi dunia kerja setelah lulus dari Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

B. SARAN

1. Bagi PT Avrist Assurance

PT Avrist Assurance yang menggunakan 2 strategi bauran promosi yaitu sales promotion yaitu mendatangi perusahaan dan universitas untuk membuat seminar seminar yang berkaitan dengan produk

Avrist dan Recruitment, dan Direct sales yaitu membagikan brosur kepada masyarakat. PT Avrist Assurance dapat mengembangkan strategi pemasaran direct salesnya dengan menggunakan media iklan elektronik seperti iklan yang disiarkan di televisi-televisi sehingga PT Avrist Assurance dapat dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia dan dapat menjalankan visinya yaitu 1 polis produk Avrist untuk masyarakat Indonesia

2. Bagi Fakultas Ekonomi

Pihak fakultas diharapkan dapat membangun sebuah hubungan kerja sama yang baik dengan berbagai perusahaan yang akan dijadikan tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL) sehingga adik kelas yang akan mendatang mudah pada saat mencari tempat untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

3. Bagi Mahasiswa

Diharapkan mahasiswa mampu mempersiapkan diri saat hendak melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Mahasiswa lebih banyak membaca dan mencari tahu dari berbagai informasi tentang perusahaan dan bidang kerja yang akan di kerjakannya nanti karena informasi tersebut sangat berguna untuk kelancaran kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Donald Baack, kennet E. Clow. 2012. *Integrated Advertising, Promotio, and Marketing Communication*. England: Pearson Education


<http://www.asuransi-kesehatan.net/informasi-seputar-avrist/> (diakses pada tanggal 10 Oktober 2016 pukul 21.00 WIB)

<http://www.avrist.com/avrist-life/product/individual/detail/?sn=41> (diakses pada tanggal 10 oktober 2016 pukul 21.10 WIB)

Tjiptono, fandy. 2014. *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

www.avrist.com/avrist-life/about (diakses pada tanggal 10 Oktober 2016 pukul 21.30 WIB)

LAMPIRAN 1


KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon/Faksimile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
 BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180
 Bagian UHTP : Telepon. 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian HUMAS : 4898486
 Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 4510/UN39.12/KM/2016
 Lamp : -
 Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

29 Agustus 2016

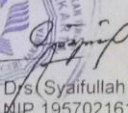
Yth. Pimpinan PT. Avrist Assurance
 Mall Ambassador Unit 6
 Jl. Prof. Dr. Satrio, Jakarta

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

Nama : Nurul Ihsani
 Nomor Registrasi : 8223145299
 Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)
 Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
 No. Telp HP : 088273236372

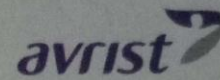
Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada tanggal 20 Juni s.d. 20 Agustus 2016.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan

 Drs. Syaifullah
 NIP 195702161984031001

Tembusan :
 1. Dekan Fakultas Ekonomi
 2. Kaprog Manajemen Pemasaran (D3)

LAMPIRAN 2



Jakarta, 15 Juni 2016

Kepada Yth:
Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun
Jakarta Timur

Perihal : Kerja Praktek Di Kantor Pemasaran Ambassador

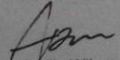
Dengan Hormat,
Menyambung surat yang bapak/ibu kirimkan sebelumnya perihal pengajuan kerja praktek di perusahaan kami, maka dengan ini kami sampaikan bahwa :

Nama	: Nurul Ihsani
No Registrasi	: 8223145299
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: D3 Pemasaran


Kami terima untuk kerja praktek di perusahaan kami selama 40 hari.

Demikian kami sampaikan, Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Hormat kami,



Aprilia Wijaya

LAMPIRAN 3



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13320
 Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285
 Laman: www.unj.ac.id/fe



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 SKS

Nama: Murul Ihsani
 No. Registrasi: 8223145299
 Program Studi: D3 Pemasaran
 Tempat Praktik: PT Avrisc Assurance
 Alamat Praktik/Telp: Mall Ambassador Unit 6
Jl. Prof. Dr Satrio
Jakarta Selatan, 12345

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 15 Juni 2016	1. <u>[Signature]</u>	① company profile & job desc.
2.	Kamis, 16 Juni 2016	2. <u>[Signature]</u>	② BST
3.	Jum'at, 17 Juni 2016	3. <u>[Signature]</u>	② sharing siklus penjualan
4.	Senin, 20 Juni 2016	4. <u>[Signature]</u>	④ Planning Job & Secret of Service & <u>Pengantar Kanvas</u>
5.	Selasa, 21 Juni 2016	5. <u>[Signature]</u>	⑤ - Prospecting - Pengalihan kebutuhan
6.	Rabu, 22 Juni 2016	6. <u>[Signature]</u>	⑥ Fact Finding & membaca ilustrasi
7.	Kamis, 23 Juni 2016	7. <u>[Signature]</u>	⑦ Recruitment & Bagaimana mengalahkannya
8.	Jum'at, 24 Juni 2016	8. <u>[Signature]</u>	⑧ Review
9.	Senin, 27 Juni 2016	9. <u>[Signature]</u>	⑨ Cara pengisian PAJ
10.	Selasa, 28 Juni 2016	10. <u>[Signature]</u>	⑩ Term 10, PWL (produk)
11.	Rabu, 29 Juni 2016	11. <u>[Signature]</u>	⑪
12.	Kamis, 30 Juni 2016	12. <u>[Signature]</u>	
13.	Jum'at, 01 Juli 2016	13. <u>[Signature]</u>	
14.	Kamis, 14 Juli 2016	14. <u>[Signature]</u>	
15.	Jum'at, 15 Juli 2016	15. <u>[Signature]</u>	

Jakarta.....
 Penilai: [Signature]

Catatan:
 Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227 / 4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



INDONESIAN ACCOUNTING ASSOCIATION
CERTIFICATE NO.
143524/2014

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama: Nurul Ihsani
No. Registrasi: 8223145299
Program Studi: D3 Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik: PT Avenir Assurance
Alamat Praktik/Telp: Mall Ambassador unit 6

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 18 Juli 2016	1.	
2.	Selasa, 19 Juli 2016	2.	
3.	Rabu, 20 Juli 2016	3.	
4.	Kamis, 21 Juli 2016	4.	
5.	Jum'at, 22 Juli 2016	5.	
6.	Senin, 25 Juli 2016	6.	
7.	Selasa, 26 Juli 2016	7.	
8.	Rabu, 27 Juli 2016	8.	
9.	Kamis, 28 Juli 2016	9.	
10.	Jum'at, 29 Juli 2016	10.	
11.	Senin, 01 Agustus 2016	11.	
12.	Selasa, 02 Agustus 2016	12.	
13.	Rabu, 03 Agustus 2016	13.	
14.	Kamis, 04 Agustus 2016	14.	
15.	Jum'at, 05 Agustus 2016	15.	

Jakarta.....

Penilai:

(.....)

Catatan:

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO.
IAS/UNJ/0440

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama: Nurul Hsani
No. Registrasi: 822345293
Program Studi: D3 Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik: PT. Avrist Assurance
Alamat Praktik/Telp: Mall Ambassador unit 6

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 08 Agustus 2016	1.	
2.	Selasa, 09 Agustus 2016	2.	
3.	Rabu, 10 Agustus 2016	3.	
4.	Kamis, 11 Agustus 2016	4.	
5.	Jum'at, 12 Agustus 2016	5.	
6.	Senin, 15 Agustus 2016	6.	
7.	Selasa, 16 Agustus 2016	7.	
8.	Kamis, 18 Agustus 2016	8.	
9.	Jum'at, 19 Agustus 2016	9.	
10.	Senin, 22 Agustus 2016	10.	
11.		11.	
12.		12.	
13.		13.	
14.		14.	
15.		15.	

Jakarta.....

Penilai.....

(.....)

Catatan:

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

LAMPIRAN 4

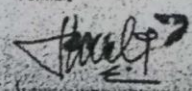
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung W, Jalan Kawangungan Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706245, Fax: (021) 4706245
E-mail: www.unj.ac.id

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
..... SKS

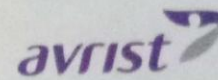
Nama : Nurul Ihsani
No Registrasi : 8223145299
Program Studi : DIII Pemasaran
Tempat Praktik : P.T. Aris Assurance
Alamat Praktik/Telp : Mou Ambassador Unit 6 Jl Prof. Dr. Soerjo
Jakarta Selatan 12345

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN
1	Kehadiran	94	1. Keterangan Penilaian :
2	Kedisiplinan	92	Skor Nilai Predikat
3	Sikap dan Kepribadian	90	80-100 A Sangat baik
4	Kemampuan Dasar	91	70-79 B Baik
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	92	60-69 C Cukup
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	90	55-59 D Kurang
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	95	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)
8	Aktivitas dan Kreativitas	93	Nilai Rata-rata :
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	95	$\frac{922}{10 \text{ (sepuluh)}} = 92$
10	Hasil Pekerjaan	90	Nilai Akhir :
			92 Sembilan puluh dua
			Angka bulat huruf
	Jumlah	922	

Jakarta, 26/8/2016
Penilai,


Disahkan
dengan tegaknya dengan ditandatangani oleh Pejabat/Petugas

LAMPIRAN 5



Jakarta, 15 Juni 2016

Kepada Yth:
Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun
Jakarta Timur

Perihal : Kerja Praktek Di Kantor Pemasaran Ambassador

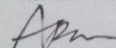
Dengan Hormat,
Menyambung surat yang bapak/ibu kirimkan sebelumnya perihal pengajuan kerja praktek di perusahaan kami, maka dengan ini kami sampaikan bahwa :

Nama	: Nurul Ihsani
No Registrasi	: 8223145299
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: D3 Pemasaran

Telah menyelesaikan praktek kerja lapangan di perusahaan kami selama 40 hari periode 15 Juni – 15 Agustus 2016 dengan baik.

Demikian kami sampaikan, Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Hormat kami,


Aprilia Wijaya

PT Avrist Assurance
Head Office | Gedung Bank Panin Senayan Lt. 3, 7, 8, Jl. Jenderal Sudirman, Jakarta 10270
t +62 21 5789 8188, f +62 21 572 1308
www.avrist.com

EA-LE-PT-241109-02C

LAMPIRAN 6

No	Hari / Tanggal	Kegiatan
1	Rabu, 15 Juni 2016	Briefing PKL, memperkenalkan <i>Company Profile</i> , dan pembagian <i>job desc</i>
2	Kamis, 16 Juni 2016	Mengikuti <i>Basic Sales Training</i> (BST)
3	Jumat, 17 Juni 2016	Mempelajari siklus penjualan
4	Senin, 20 Juni 2016	Membuat <i>job planning</i> dan mempelajari <i>The Secret of Service</i>
5	Selasa, 21 Juni 2016	Membuat 50 nama <i>prospect</i>
6	Rabu, 22 Juni 2016	Mempelajari (<i>Fact Finding</i>) dan cara membaca ilustrasi
7	Kamis, 23 Juni 2016	Mempelajari proses rekrutmen
8	Jumat, 24 Juni 2016	Presentasi
9	Senin, 27 Juni 2016	Mempelajari cara pengisian Permohonan Asuransi Jiwa (PAJ)
10	Selasa, 28 Juni 2016	Perkenalan produk unitlink
11	Rabu, 29 Juni 2016	Mempelajari cara <i>claim</i> dan <i>underwriting</i>
12	Kamis, 30 Juni 2016	Mengisi soal tutorial AAJI
13	Jumat, 1 Juli 2016	Latihan test AAJI
14	Kamis, 14 Juli 2016	Membuat Cuti premi
15	Jumat, 15 Juli 2016	Konsultasi Mentor
16	Senin, 18 Juli 2016	Belajar menggali kebutuhan
17	Selasa, 19 Juli 2016	Bertemu <i>prospect</i>
18	Rabu, 20 Juli 2016	Presentasi Penjualan

19	Kamis, 21 Juli 2016	Motivasi
20	Jumat, 22 Juli 2016	Bertemu <i>prospect</i>
21	Senin, 25 Juli 2016	Mempelajari cara membaca ilustrasi AIP
22	Selasa, 26 Juli 2016	<i>Traning Complain</i> nasabah
23	Rabu, 27 Juli 2016	Menangani <i>complain</i> nasabah
24	Kamis, 28 Juli 2016	Bertemu <i>prospect</i>
25	Jumat, 29 Juli 2016	Konsultasi ke mentor
26	Senin, 1 Agustus 2016	Bertemu <i>prospect</i>
27	Selasa, 2 Agustus 2016	Mempelajari cara mengenali nasabah
28	Rabu, 3 Agustus 2016	Konsultasi ke mentor
29	Kamis, 4 Agustus 2016	Bertemu <i>prospect</i>
30	Jumat, 5 Agustus 2016	<i>Closing 1 Prospect</i>
31	Senin, 8 Agustus 2016	Tutorial AAJI
32	Selasa, 9 Agustus 2016	Sharing
33	Rabu, 10 Agustus 2016	Membuat janji bertemu <i>prospect</i>
34	Kamis, 11 Agustus 2016	Bertemu <i>prospect</i>
35	Jumat, 12 Agustus 2016	<i>Closing 1 prospect</i>
36	Senin, 15 Agustus 2016	Mengurus polis asuransi nasabah
37	Selasa, 16 Agustus 2016	Sharing
38	Rabu, 17 Agustus 2016	Presentasi penjualan
39	Kamis, 18 Agustus 2016	Sharing
40	Jumat, 19 Agustus 2016	Perpisahan